

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Sejak beberapa tahun terakhir ini keberadaan dan perkembangan sebuah lembaga keuangan di tengah masyarakat sangat sedemikian pesat. Hal ini ditandai dengan semakin banyak lembaga keuangan Baitul Mal Wat Tamwil (BMT). Apresiasi serta respon masyarakat terhadap lembaga lembaga keuangan Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) cukup mengembirakan,.

Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) adalah sebuah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip Islam yang sesuai tata caranya operasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan peraturan Indonesia. pemasaran merupakan sebuah proses sosial dan manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui sebuah penciptaan dan sebuah pertukaran nilai dengan lainnya.<sup>1</sup>

Kelompok inilah yang akan menjadi anggota koperasi yang didirikannya. Pembentukan koperasi berdasarkan asas kekeluargaan dan gotong royong khususnya untuk membantu para anggotanya yang memerlukan bantuan baik berbentuk barang ataupun pinjaman uang.<sup>2</sup> Hal ini sejalan dengan pengertian Koperasi sebagaimana diatur pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang Perkoperasian, yaitu sebagai

---

<sup>1</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Keduabelas, Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2006), hal. 6

<sup>2</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* Ed. Revisi 15, (Jakarta: Rajawali Pres, 2014), hal. 252

badan usaha yang beranggotakan seorang atau badan hukum Koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip Koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan. Pasal 3 menjelaskan bahwa Koperasi bertujuan untuk memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur berlandaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.

Status badan hukum Koperasi diatur pada pasal 9 yang menjelaskan bahwa Koperasi memperoleh status badan hukum setelah akta pendiriannya disahkan oleh pemerintah, pada pasal 10 ayat 1 menjelaskan bahwa untuk mendapatkan pengesahan sebagaimana dimaksud dalam pasal 9, para pendiri mengajukan permintaan tertulis disertai akta pendirian Koperasi. Pada pasal 10 ayat 2 dan 3 menjelaskan bahwa pengesahan akta pendirian diberikan dalam jangka waktu paling lama 3 (tiga) bulan setelah diterimanya permintaan pengesahan dan pengesahan akta pendirian diumumkan dalam berita Negara Republik Indonesia.<sup>3</sup>

Seiring dengan pertumbuhan dan perkembangan lembaga keuangan di Indonesia, lembaga keuangan syariah juga turut tumbuh dan berkembang dan menjadi solusi yang tepat atas kekhawatiran orang muslim dalam memilih lembaga jasa keuangan, seperti asuransi syariah, lembaga pembiayaan syariah, pegadaian syariah, koperasi syariah, dan lembaga keuangan mikro

---

<sup>3</sup> Kementerian Keuangan, Undang-undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 1992, (Jakarta: tidak diterbitkan), hal. 2

syariah yang sering disebut Baitul Maal wat Tamwil (BMT). BMT dan BTM merupakan lembaga keuangan mikro yang berbadan hukum koperasi syariah atau Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS). Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) adalah koperasi yang kegiatan usahanya bergerak di bidang pembiayaan, investasi, dan simpanan sesuai pola bagi hasil (syariah).<sup>4</sup>

Pembentukan Koperasi Jasa Keuangan Syariah dan Unit Jasa Keuangan Syariah dimulai dengan adanya ketetapan hukum bahwa bunga (riba) merupakan sesuatu yang telah diharamkan oleh agama. Dengan adanya larangan tersebut, kemudian timbul kesadaran pentingnya aplikasi prinsip-prinsip syariah dalam kehidupan ekonomi/bisnis yang bertujuan untuk menjauhkan umat dari praktik riba.

KSPPS BTM Surya Madinah adalah salah satu koperasi syariah yang berkembang di Kabupaten Tulungagung. Dalam menghadapi persaingan dari perbankan dan lembaga keuangan syariah lainnya, KSPPS BTM Surya Madinah menciptakan dan meluncurkan produk yang dimiliki, yang meliputi dari penyaluran dana berupa pembiayaan murabahah dan ijarah, sedangkan untuk produk penghimpunan dana ada tabungan wadiah, deposito berjangka, tabungan idul fitri, tabungan qurban, tabungan pendidikan, tabungan haji dan umrah, dan berbagai produk lain seperti produk simpana arisan dan pembayaran listrik.

KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung memberikan pinjaman modal kepada para pengusaha kecil dan mikro dengan sistem bagi hasil

---

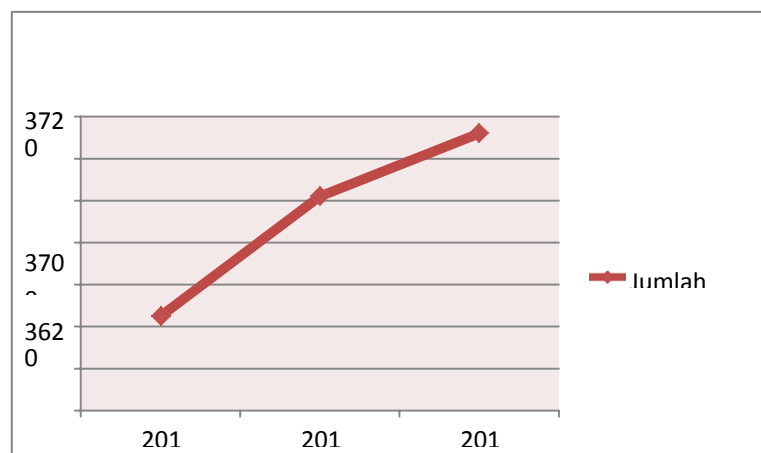
<sup>4</sup> Burhanuddin, *Koperasi Syariah dan Pengaturannya di Indonesia*, (Malang: UIN – Maliki Press, 2013), hal. 131

dengan sistem syariah, terbukti KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung makin berkembang dan diminati masyarakat sebagai lembaga keuangan alternatif. KSPPS BTM Surya Madinah terletak di lokasi yang strategis, yakni terletak di barat taman kota Tulungagung, memiliki manajemen yang baik, dan salah satu yang diunggulkan adalah layanan antar jemput simpanan anggotanya. Seperti yang disampaikan oleh salah satu karyawan, “selalu kami sampaikan kepada anggota kami, berapapun nilai nominal uang yang akan disimpan, sepuluh ribu pun kami mau mengambil, berapapun nilai nominal uang yang akan diambil, sepuluh ribu pun kami mau mengantar.”<sup>5</sup>

Berikut data anggota BTM Surya Madinah tahun 2016 sampai 2018.

**Tabel 1.1**

**Jumlah Anggota BTM Surya Madinah Tahun 2016-2018**



Sumber: Data Anggota BMT Surya Madinah Tulungagung per Desember

2018

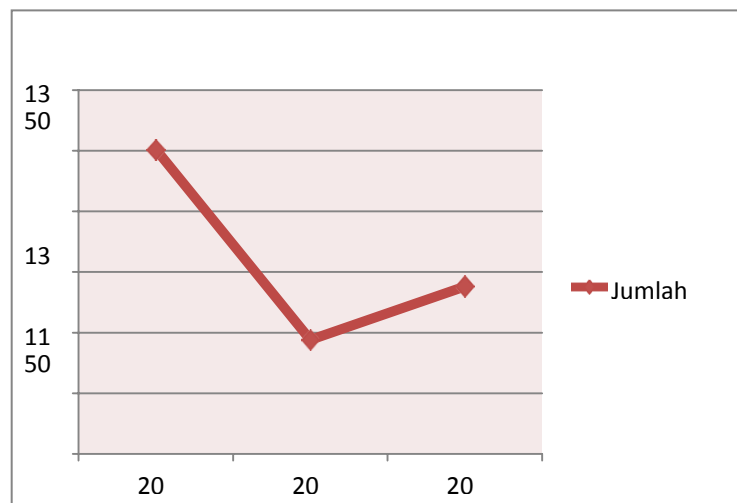
Jumlah anggota di atas menunjukkan bahwa, setiap tahun anggota

<sup>5</sup> Hasil wawancara dengan salah satu karyawan KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung

BMT Surya Madinah selalu mengalami peningkatan. Selain BMT Surya Madinah, penelitian ini juga menggunakan BMT Istiqomah sebagai lokasi penelitian. Berikut data anggota BMT Istiqomah tahun 2016 hingga 2018.

**Tabel 1.2**

**Jumlah Anggota BMT Istiqomah Tahun 2016-2018**



Sumber: Data Anggota BMT IstiqomahTulungagung per Desember 2018

Jumlah di atas menunjukkan pada tahun 2016 jumlah anggota BMT Surya cukup banyak, tahun 2017 mengalami penurunan, kembali naik pada tahun 2018. Selain faktor pemasaran, pengetahuan dan informasi yang dimiliki oleh anggota sangat mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan anggota. Ketika anggota memiliki pengetahuan dan informasi yang lebih banyak maka ia akan lebih baik dalam mengambil keputusan. Pengetahuan dapat menimbulkan beberapa efek pada pemakaian kriteria evaluasi oleh konsumen. Konsumen yang berpengetahuan banyak akan memiliki informasi yang disimpan di dalam ingatan mengenai dimensi-dimensi yang berguna untuk membanding-bandingkan alternatif-alternatif

pilihan. Informasi ini sangat tidak mungkin ada di dalam ingatan pemula.

Akibatnya, pemula akan jauh lebih rentan terhadap pengaruh luar yang berusaha membentuk kriteria tertentu yang digunakan selama pengambilan keputusan. Setelah anggota memiliki banyak informasi tentang produk apa yang akan dipilih dan bagaimana proses untuk mendapatkan produk tersebut, maka akan semakin baik anggota dalam mengambil keputusan.<sup>6</sup> Pengetahuan dan informasi membuat semakin tinggi lagi pertumbuhannya, karena anggota mempunyai permintaan dan antusias yang tinggi dikarenakan faktor pemahaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh anggota. Dalam hal ini, KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung senantiasa berupaya memberikan pemahaman kepada anggota tentang produk-produk yang ada di BTM Surya Madinah Tulungagung. Hal ini disampaikan oleh salah satu karyawan KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung, “Terkadang saat ada waktu, kami selalu menjelaskan kepada anggota kami tentang produk-produk yang ada di lembaga kami.”<sup>7</sup>

Terdapat banyak penelitian yang telah dilakukan berkenaan dengan bauran pemasaran maupun pengetahuan anggota yang dimiliki koperasi syariah. Namun kebanyakan dari penelitian yang ada hanya membahas tentang salah satu variabel saja. Sehingga berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk meneliti tentang bauran pemasaran dan pengetahuan anggota koperasi yang di miliki oleh KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung. Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui apakah bauran pemasaran

---

<sup>6</sup> *Ibid*, hal 78

<sup>7</sup> Hasil wawancara dengan salah satu karyawan KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung

yang dimiliki dan pengetahuan anggota terhadap koperasi tersebut memberikan dampak keputusan menjadi anggota koperasi. Oleh karena itu, penelitian ini ingin mengangkat hal tersebut dalam suatu skripsi penelitian dengan judul **“Pengaruh Bauran Pemasaran dan Pengetahuan Anggota terhadap Keputusan menjadi Anggota Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Tamwil Muhammadiyah Surya Madinah dan Baitul Maal Wat Tamwil Istiqomah Tulungagung”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Banyaknya persaingan yang terjadi antara lembaga keuangan syariah dengan lembaga keuangan konvensional. Sehingga lembaga keuangan syariah meningkatkan strategi pemasarannya melalui sistem terpadu melalui bauran pemasaran.
2. Dalam menentukan keputusan pembelian produk, masyarakat lebih melakukan pertimbangan dengan pengetahuan mereka, sehingga pengetahuan menjadi faktor dalam meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan jasa yang ditawarkan KSPPS BTM Surya Madinah dan BMT Istiqomah Tulungagung.
3. Dalam menentukan keputusan, membutuhkan banyak pertimbangan berkaitan dengan dampak maupun risiko yang akan dihadapi dimasa yang akan datang.

### C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh produk/jasa yang ditawarkan (*product*) terhadap keputusan menjadi anggota pada KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung?
2. Bagaimana pengaruh keuntungan yang ditawarkan (*price*) terhadap keputusan menjadi anggota pada KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung?
3. Bagaimana pengaruh lokasi (*place*) terhadap keputusan menjadi anggota pada KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung?
4. Bagaimana pengaruh promosi (*promotion*) terhadap keputusan menjadi anggota pada KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung?
5. Bagaimana pengaruh pengetahuan anggota terhadap keputusan menjadi anggota pada KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung?
6. Bagaimana pengaruh *product*, *price*, *place*, *promotion*, dan pengetahuan secara bersama-sama terhadap keputusan menjadi anggota pada KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung?
7. Bagaimana pengaruh produk/jasa yang ditawarkan (*product*) terhadap keputusan menjadi anggota pada BMT Istiqomah Tulungagung?
8. Bagaimana pengaruh keuntungan yang ditawarkan (*price*) terhadap keputusan menjadi anggota pada BMT Istiqomah Tulungagung?
9. Bagaimana pengaruh lokasi (*place*) terhadap keputusan menjadi anggota pada BMT Istiqomah Tulungagung?
10. Bagaimana pengaruh promosi (*promotion*) terhadap keputusan menjadi



anggota pada BMT Istiqomah Tulungagung?

11. Bagaimana pengaruh pengetahuan anggota terhadap keputusan menjadi anggota pada BMT Istiqomah Tulungagung?

12. Bagaimana pengaruh *product*, *price*, *place*, *promotion*, dan pengetahuan secara bersama-sama terhadap keputusan menjadi anggota pada BMT Istiqomah Tulungagung?

#### **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menguji bagaimana pengaruh produk/jasa yang ditawarkan (*product*) terhadap keputusan menjadi anggota pada KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung.
2. Untuk menguji bagaimana pengaruh keuntungan yang ditawarkan (*price*) terhadap keputusan menjadi anggota pada KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung.
3. Untuk menguji bagaimana pengaruh lokasi (*place*) terhadap keputusan menjadi anggota pada KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung.
4. Untuk menguji bagaimana pengaruh promosi (*promotion*) terhadap keputusan menjadi anggota pada KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung.
5. Untuk menguji bagaimana pengaruh pengetahuan anggota terhadap keputusan menjadi anggota pada KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung.
6. Untuk menguji bagaimana pengaruh *product*, *price*, *place*, *promotion*, dan pengetahuan secara bersama-sama terhadap keputusan menjadi anggota

pada KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung.

7. Untuk menguji bagaimana pengaruh produk/jasa yang ditawarkan (*product*) terhadap keputusan menjadi anggota pada BMT Istiqomah Tulungagung.
8. Untuk menguji bagaimana pengaruh keuntungan yang ditawarkan (*price*) terhadap keputusan menjadi anggota pada BMT Istiqomah Tulungagung.
9. Untuk menguji bagaimana pengaruh lokasi (*place*) terhadap keputusan menjadi anggota pada BMT Istiqomah Tulungagung.
10. Untuk menguji bagaimana pengaruh promosi (*promotion*) terhadap keputusan menjadi anggota pada BMT Istiqomah Tulungagung.
11. Untuk menguji bagaimana pengaruh pengetahuan anggota terhadap keputusan menjadi anggota pada BMT Istiqomah Tulungagung.
12. Untuk menguji bagaimana pengaruh *product*, *price*, *place*, *promotion*, dan pengetahuan secara bersama-sama terhadap keputusan menjadi anggota pada BMT Istiqomah Tulungagung.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Hal penting dari sebuah penelitian adalah manfaat atau kegunaan yang dapat dirasakan atau diterapkan setelah terungkapnya hasil penelitian. Adapun kegunaan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1. Kegunaan Teoritis**

Dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dengan tema yang sama, namun dengan model dan analisis

yang lain, sehingga dapat dilakukan proses verifikasi dan kemajuan ilmu pengetahuan.

## 2. Kegunaan Praktis

### a. Bagi KSPPS BTM Surya Madinah dan BMT Istiqomah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak KSPPS BTM Surya Madinah dan BMT Istiqomah untuk mengetahui bauran pemasaran dan pengetahuan anggota yang dimiliki tentang koperasi tersebut, agar dapat lebih menerapkan prinsip-prinsip syariah dan lebih meningkatkan implementasi prinsip-prinsip syariah tersebut dalam menjalankan 12 perusahaannya agar berhasil menjadi koperasi syariah yang diimpikan oleh masyarakat dan bisa lebih berkembang.

### b. Bagi Akademis

Bagi dunia akademis penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan terkait penelitian dengan tema bauran pemasaran, pengetahuan anggota, dan keputusan menjadi anggota.

### c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan rujukan untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti dalam bidang lembaga keuangan khususnya bauran pemasaran dan pengetahuan anggota.

## **F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Peneliti**

Adanya ruang lingkup dan keterbatasan penelitian dari penelitian ini adalah untuk menghindari tidak kendalanya bahasan masalah yang berlebihan

pada studi ini. Karena adanya keterbatasan waktu, dana, dan tenaga maka peneliti memberikan batasan-batasan penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian ini berfokus pada variable bebas (X) dan variable terikat (Y).

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Product* ( $X_1$ ), *Price* ( $X_2$ ), *Place* ( $X_3$ ), *Promotion* ( $X_4$ ) dan Pengetahuan Anggota ( $X_2$ ), sedangkan variabel terikatnya yaitu Keputusan Menjadi Anggota (Y).

2. Adapun yang menjadi subjek dari penelitian ini adalah karyawan BTM Surya Madinah dan BMT Istiqomah Tulungagung.

#### **G. Penegasan Istilah**

Untuk menghindari penafsiran yang berbeda dan mewujudkan kesatuan pandangan dan kesamaan pemikiran, ada kiranya ditegaskan istilah-istilah yang berhubungan dengan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Secara Konseptual

a. Pengaruh

Pengaruh adalah suatu daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang. <sup>8</sup>Pengaruh dalam penelitian ini diartikan sebagai daya yang timbul dari dua variabel berupa bauran pemasaran dan pengetahuan anggota pada KSPPS BTM Surya Madinah dan BMT Istiqomah Tulungagung.

---

<sup>8</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hal. 28

b. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran atau *marketing mix* adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan, dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta lokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Pemasaran dalam penelitian ini diartikan sebagai keseluruhan kegiatan bisnis dalam memenuhi kebutuhan anggota KSPPS BTM Surya Madinah dan BMT Istiqomah Tulungagung.

c. Keputusan Menjadi Anggota

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), anggota adalah orang (badan) yang menjadi bagian atau masuk dalam suatu golongan (perserikatan, dewan, panitia. Adapun yang dimaksud dalam penelitian ini adalah suatu proses penentuan untuk menjadi anggota pada KSPPS BTM Surya Madinah dan BMT Istiqomah Tulungagung.

2. Secara Operasional

Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran dan Pengetahuan Anggota Terhadap Keputusan Menjadi Anggota di KSPPS BTM Surya Madinah dan BMT Istiqomah Tulungagung” peneliti bermaksud untuk menguji pengaruh Bauran Pemasaran (X1), Pengetahuan Anggota (X2) terhadap Keputusan menjadi Anggota (Y) di KSPPS BTM Surya Madinah dan BMT Istiqomah Tulungagung.

## **H. Sistematik Penulisan Skripsi**

Untuk memberikan gambaran isi skripsi maka sistematikanya adalah sebagai berikut:

1. BAB I Pendahuluan, di dalamnya memuat latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan skripsi.
2. BAB II Landasan Teori, di dalamnya memuat Manajemen Pemasaran, Bauran Pemasaran meliputi: pengertian bauran pemasaran dan elemen bauran pemasaran, Pengetahuan Anggota meliputi: pengertian pengetahuan anggota dan dimensi pengetahuan anggota, Keputusan menjadi Anggota meliputi: pengertian dan proses pengambilan keputusan membeli, Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah, Baitul Tamwil Muhammadiyah, Baitul Maal Wat Tamwil, Kajian Penelitian Terdahulu, Kerangka Konseptual, dan Hipotesis Penelitian.
3. BAB III Metode Penelitian, di dalamnya memuat: pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampel dan teknik sampling, sumber data, variabel dan skala pengukuran, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, dan analisis data.
4. BAB IV Hasil Penelitian, di dalamnya memuat: gambaran singkat objek penelitian, deskripsi responden, deskripsi data, dan pengujian hipotesis.
5. BAB V Pembahasan, di dalamnya memuat pembahasan mengenai temuan-

temuan penelitian yang telah ditemukan pada hasil penelitian.

6. BAB VI Penutup, di dalamnya memuat kesimpulan dan saran. Adapun bagian akhir dalam skripsi ini akan memuat tentang lampiran-lampiran yang diperlukan untuk meningkatkan validitas isi skripsi ini.